



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
PENINGKATAN VOLUME
PENJUALAN PADA HOME INDUSTRY ROMY BAKERY
KALIWUNGU KUDUS**

Diajukan Oleh:

PUTRI ANDRIANI

NIM. 2012-11-027

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2016



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA HOME
INDUSTRY ROMY BAKERY KALIWUNGU KUDUS**

**Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus**

Diajukan Oleh:

PUTRI ANDRIANI

NIM. 2012-11-027

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2016

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN
VOLUME PENJUALAN PADA HOME INDUSTRY ROMY BAKERY
KALIWUNGU KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, 27 - Agustus - 2016

Mengetahui,

Ketua ProgDi


(Noor Aziz, SE. MM)

NIDN. 0609107501

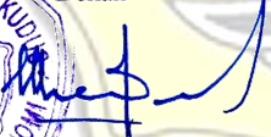
Pembimbing I


(Dr. Mokhamad Arwani, SE. MM)

NIDN. 0610057804


Mengetahui,

Dekan


(Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM)

NIDN. 0618066201

Pembimbing II


(Agung Subono, SE. M.Si)

NIDN. 0520017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum kecuali mereka berusaha mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”. (*QS. Ar-Ra’dad Ayat 11*).

“Orang sukses itu pantang menyerah. Berdiri tapi jatuh, bertahan tapi bimbang, mencoba meskipun gagal, tapi lebih hebat terus belajar sampai impian terwujud. Mengerti arti perjuangan dibalik kesuksesan. Yakin, Allah selalu bersama kita”. (*Penulis*).

“Hidup itu bagaikan roda, impian boleh setinggi langit, jadikan itu sebagai motivasi dalam hidup. Jadilah orang atas tapi tetap rendah diri, agar tidak terkesan sombong. Melihat kebawah agar selalu bersyukur, jadikan itu semangat untuk mencapai impian. Tapi lebih baik menjadi diri sendiri dengan bakat dan kemampuan yang dimiliki, menjadi pribadi yang HEBAT. Buktikan dan pasti BISA”. (*Penulis*).

Persembahan :

1. Kedua Orang Tua yang tercinta
2. Kedua kakakku yang selalu support
3. Saudara Seperjuangan
4. Sahabat dan Teman-teman
5. Perpustakaan UMK
6. Almameter UMK

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan atas segala rahmat, inayah, berkah dan karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA HOME INDUSTRY ROMY BAKERY KALIWUNGU KUDUS”**. Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu syarat tugas untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Program studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak dibantu dan dibimbing oleh berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis pada kesempatan ini mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yang utama dan terutama kepada Allah SWT, Rasullullah Muhammad SAW.
2. Ibu tercinta Tunasih dan Ayahanda tercinta Mustami'an yang telah melahirkan dan senantiasa dengan sabar membesarkan dan mendidik penulis dengan teladan dan do'a dan curahan kasih sayang serta dukungan tiada henti yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
3. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah member izin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi ini.

4. Bapak Dr. Mokhamad Arwani, SE. MM selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama proses bimbingan skripsi hingga terselesaikannya.
5. Bapak Agung Subono, SE. M. Si selaku dosen pembimbing II yang juga telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses bimbingan skripsi hingga terselesaikannya kepada penulis.
6. Bapak Noor Aziz, SE. MM selaku ketua ProgDi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah membantu, mengajarkan, mengarahkan, dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua Kakakku Heny Anggraini & Bagus Purnomo Aji, tersayang dan tercinta yang selalu mendukung, membantu dan semangat tiada henti kepada penulis agar selalu maju terus dalam menyelesaikan tugas skripsi sampai selesai.
9. Saudara-saudaraku yang telah membantu dan memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat selesai.
10. Sahabat dan teman-temanku seperjuangan yang tidak pernah bosan membantu, mengingatkan, mendukung atas semangat menyelesaikan skripsi ini selama kebersamaan kalian.

11. Perpustakaan UMK dan pihak-pihak lain yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun untuk melengkapi skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh kurang sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun skripsi ini dengan baik. Untuk itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak penulis sangat harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna bagi setiap pembaca, khususnya untuk mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Kudus, 5-September-2016

Putri Andriani

2012-11-027

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA HOME
INDUSTRY ROMY BAKERY KALIWUNGU KUDUS**

NAMA: PUTRI ANDRIANI

NIM: 2012-11-027

**Pembimbing 1 : Dr. Mokhamad Arwani, SE. MM
2 : Agung Subono, SE. M.Si**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
STATUS TERAKREDITASI B
PROGRAM STRATA I
TAHUN 2016**

ABSTRAKSI/RINGKASAN

Penetapan harga dalam suatu produk sangatlah penting, karena justru dengan adanya penetapan harga akan membantu mempermudah konsumen dalam memutuskan pembelian produk, kualitas yang baik dalam suatu produk menjadikan konsumen tidak ragu dalam membeli sehingga dapat meningkatkan pembelian, promosi produk memperjelas keunggulan suatu produk sehingga dapat meningkatkan pembelian. Konsumen tetap ada walaupun dengan daya beli yang semakin kecil karena persaingan industri di bidang makanan yang sama, maka dari itu konsumen menjadi lebih cerdas untuk melakukan pembelian atas produk yang mereka inginkan.

Perumusan dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh antara kualitas produk, harga, tempat/saluran distribusi dan promosi produk roti terhadap peningkatan volume penjualan baik secara parsial maupun berganda. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menguji ada tidaknya pengaruh kualitas produk, harga, tempat/saluran distribusi dan promosi terhadap peningkatan volume penjualan produk roti baik secara parsial maupun berganda. Variabel independen

atau variabel bebas yang digunakan yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2), tempat/saluran distribusi (X_3), promosi (X_4) sedangkan variabel dependen atau variabel terikat yang digunakan adalah peningkatan volume penjualan (Y). Jenis dan sumber data berupa data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen/pelanggan produk roti Romy Bakery dengan sampel yang di ambil sebanyak 96 responden dan pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purpose sampling*. Uji instrument dengan uji validitas dan uji reliabilitas, pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, pengolahan datanya menggunakan *editing*, *tabulating* dan *scoring*. Analisis datanya menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif meliputi analisis regresi, uji hipotesis (uji T), koefisien determinasi atau *adjusted R Square* (R^2).

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun berganda mengenai kualitas produk, harga, tempat/saluran distribusi terhadap peningkatan volume penjualan sedangkan promosi tidak berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan. Berdasarkan hasil uji T, demikian juga pengujian secara parsial masing-masing variabel kualitas produk, harga dan tempat/saluran distribusi berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan kualitas produk harga yang murah dan tempat dekat keramaian yang memberikan dorongan atau semangat kepada calon konsumen untuk membeli produk roti Romy Bakery.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Tempat, Promosi dan Volume Penjualan.

A. Daftar Buku yang digunakan: 24 (tahun 2001-2013).

**THE INFLUENCE OF THE MARKETING MIX TO INCREASE
SALES VOLUME IN THE HOME INDUSTRY ROMEY
BAKERY KALIWUNGU KUDUS**

NAMA: PUTRI ANDRIANI

NIM: 2012-11-027

**Pembimbing 1 : Dr. Mokhamad Arwani, SE. MM
2 : Agung Subono, SE. M.Si**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
STATUS TERAKREDITASI B
PROGRAM STRATA I
TAHUN 2016**

ABSTRACT

Pricing in a product is important, because even with their pricing will help facilitate consumers in their purchasing decisions of products, good quality in a product makes consumers do not hesitate in buying so as to increase purchases, product promotion clarify the benefits of a product that can increase purchases, consumers still exist even with the smaller purchasing power due to competition in the field of food industry the same, and therefore consumers are becoming more savvy to make purchases on the products they want.

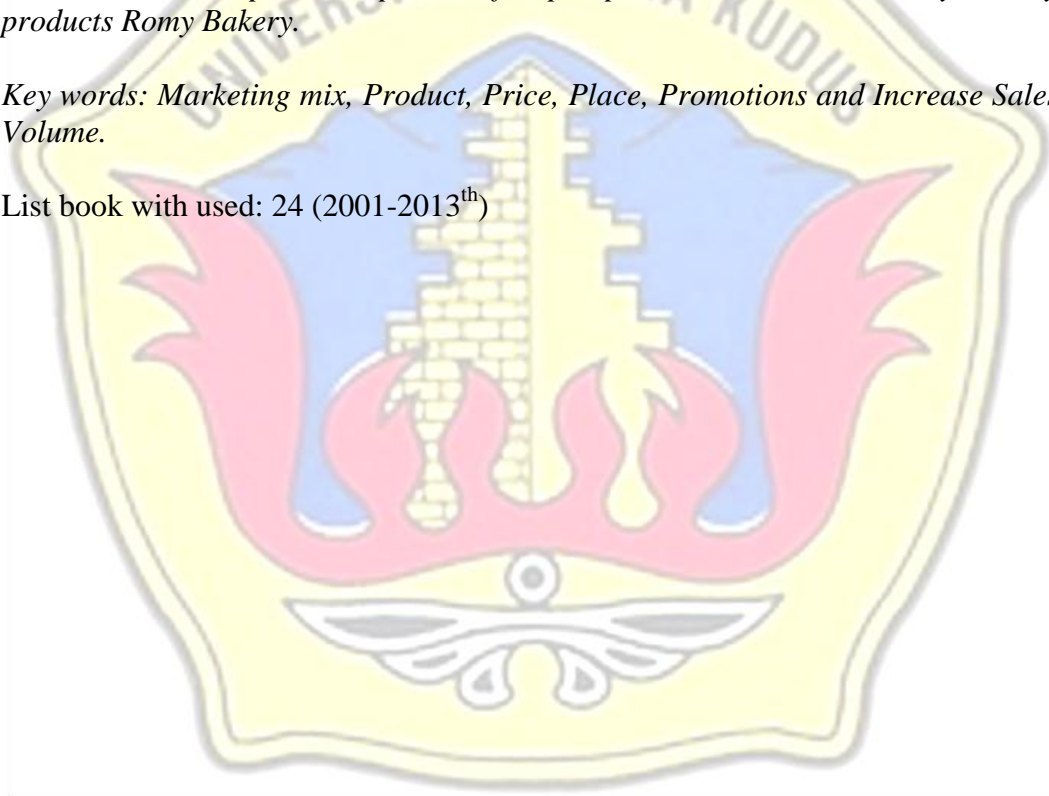
The formulation in this study is whether there is influence between the quality of the product, price, place/distribution channels and sale of bakery products to boost sales volume partially or multiple. The purpose of this study was to test the effect of product quality, price, place/distribution and promotion channels to increase sales volume of bakery products both partially and regression. The independent variable or variables used is the quality of the product(X_1), price(X_2), place/distribution channels(X_3), promotion(X_4) while the

dependent variable or the dependent variables used is to increase sales volume(Y).The types and sources of data in the form of primary data and secondary data. The population in this study is the consumer/customer Romy Bakery bread products with samples taken as many as 96 respondents and sampling using purposive sampling method. Test instrument to test the validity and reliability, pengumpulan data using questionnaires, data processing using editing, tabulating and scoring. Analysis of data using descriptive analysis and quantitative analysis includes analysis of regression, hypothesis testing (T test), coefficient of determination or Adjusted R Square(R²).

Based on calculations showed that there were significant effect either partially or multiple regarding the quality of the product, price, place/distribution channels to increase sales volume while the sale does not affect the increase in sales volume. Based on the test results F, as well as partial testing each variable product quality, price and place/distribution effect on the increase in sales volume. This shows that the quality of the product's, price and the spot near the crowds are on impulse or passion for prospective consumers to buy bakery products Romy Bakery.

Key words: Marketing mix, Product, Price, Place, Promotions and Increase Sales Volume.

List book with used: 24 (2001-2013th)



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT/RINGKASAN	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	5
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	8
2.2 Proses Pemasaran	9
2.3 Bauran Pemasaran	11
2.3.1 Produk (Product)	12
2.3.2 Harga (Price)	15

2.3.3 Tempat/Saluran Distribusi (Place)	17
2.3.4 Promosi (Promotions)	19
2.4 Strategi Pemasaran	24
2.5 Perilaku Konsumen	26
2.6 Volume Penjualan	27
2.7 Hubungan Bauran Pemasaran dengan Volume Penjualan	28
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu	29
2.9 Kerangka Pemikiran Teoritis	30
2.10 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	34
3.2 Variabel Penelitian	35
3.3 Volume Penjualan	36
3.4 Jenis dan Sumber Data	36
3.5 Populasi dan Tehnik Pengambilan Sampel	37
3.6 Definisi Operasional Variabel	39
3.7 Pengumpulan data	40
3.8 Metode Analisis data	41
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.8.2 Pengujian Hipotesis	45
3.9 Metode Pengolahan Data	46

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	48
4.2 Penyajian Data.....	52
4.3 Analisis Data	58
4.4 Pembahasan	62

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA	67
----------------------	----

LAMPIRAN.....	69
---------------	----



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Unsur pemasaran 4P dan 4C	23
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 4.1 Analisis Validitas Variabel Produk	53
Tabel 4.2 Analisis Validitas Variabel Harga	54
Tabel 4.3 Analisis Validitas Variabel Tempat	54
Tabel 4.4 Analisis Validitas Variabel Promosi	55
Tabel 4.5 Analisis Validitas Variabel Volume Penjualan	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Statistik	58
Tabel 4.8 Uji Regresi Berganda	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Sempel dari Proses Marketing	10
Gambar 2.2 Komponen 4P dari Bauran Pemasaran	21
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	50

